

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat dan menyebabkan perusahaan harus dapat bersaing secara ketat. Kondisi masyarakat sebagai konsumen berbagai jenis produk dewasa ini semakin menunjukkan perkembangan. Hal ini tentunya terjadi seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, maka kebutuhan masyarakat juga sangat beragam. Saat ini konsumen dalam menentukan pilihan pada saat membeli sebuah produk tidak hanya dipengaruhi oleh produk tersebut tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya, seperti untuk memenuhi keinginan seseorang, ingin mendapatkan kepuasan dan lain sebagainya. Akibat adanya faktor-faktor tersebut tentunya minat konsumen terhadap suatu produk juga beragam.

kesadaran merek yang tinggi memberikan banyak keunggulan bagi perusahaan. Keunggulan ini yang biasanya mendorong setiap perusahaan untuk berjuang keras mengelolah mereknya sehingga dapat memperoleh posisi terbaik dalam benak konsumen. Ketika suatu merek di benak konsumen mempunyai persepsi dan nilai positif maka konsumen akan mempersepsikan merek tersebut sebagai merek yang berkualitas dengan mutu yang bagus.

UD.Dua Bersaudamerupakan salah satu perusahaan yang mampu bersaing didalam pasar global.UD.Dua Bersaudara sangatlah menjaga kualitas dari produk-produk yang dibuatnya, hal tersebut sudah sangat dipercaya oleh para konsumen. Meningkatkan kualitas suatu produk merupakan salah satu strategi UD.Dua Bersaudaradalam menarik perhatian para konsumen. Konsumen akan menggunakan penilaian mereka dalam menentukan dan membuat keputusan mereka, terutama saat membeli produk yang berkualitas. Hal ini membuat konsumen lebih memilih produk yang kualitas lebih baik dibanding dengan kualitas lebih rendah. Produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudaraterbukti memiliki kualitas yang sangat baik dan lengkap dikarenakan banyaknya

konsumen yang ingin dan memiliki produk dari kerupuk ikan. Disamping itu, masyarakat luas juga sudah banyak yang mengenal produk-produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara. Kesederhanaan dalam membuat nama merek membuat konsumen menjadi mudah dalam mengenali dari produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara.

Produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara mempunyai banyak kelebihan dari para pesaingannya. Hal itu dikarenakan Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara merupakan merek yang sudah dikenal dari segi kualitas maupun citra mereknya sendiri oleh banyak masyarakat sehingga mereka tetap membeli produk tersebut.

Merek memiliki ciri khas yang membedakan produk yang satu dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis. Permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki. Produk yang dapat mempertahankan citranya agar lebih baik dari para pesaingnya akan memberikan perlindungan bagi produk tersebut.

Kualitas produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara merupakan bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli. Produk yang memiliki kualitas yang baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Membicarakan kualitas, Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara memiliki tingkat kualitas yang bagus, terbukti tidak sedikit konsumen dari golongan keluarga sampai distributor besar yang menggunakan produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara untuk dikonsumsi, banyak konsumen sangat puas dengan kualitas produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli suatu produk, seperti harga, kesadaran merek, dan kualitas produk. Produk merupakan sesuatu yang penting baik bagi perusahaan maupun konsumen. Produk pada dasarnya ada dua macam yaitu barang dan jasa. Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Komponen atribut produk terdiri dari: desain produk, warna, merek, kemasan, label, harga, kualitas, pelayanan, perlengkapan, dan garansi.

Bagi Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara dipandang sebagai sesuatu yang dihasilkan dan kemudian ditawarkan kepada konsumen. Konsumen memandang produk sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah yang dihadapi. Produk yang baik harus sesuai dengan selera konsumen dan mampu menghasilkan laba bagi UD.Dua Bersaudara juga perlu mengembangkan produknya agar dapat mengikuti perkembangan jaman dan perubahan selera konsumen.

Tujuan UD.Dua Bersaudaramemproduksi kerupuk ikan karena kerupuk merupakan produk umum yang dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Salah satu upaya agar kerupuk ikan tenggiri yang dihasilkan dapat diterima konsumen adalah dengan melaksanakan produksi secara tepat dan terpadu sesuai dengan situasi dan kondisi. Adapun yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dan kegiatan produksi adalah harga, kesadaran merek, dan kualitas produk yang dihasilkan olehKerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara .

Persepsi Harga merupakan unsur didalam sekian banyak unsur bauran pemasaran yang akan memberi laba untuk para peritel, unsur-unsur lain menghabiskan biaya. Maka sudah sewajarnya apabila harga memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan serta laba bersih suatu perusahaan.Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara diharuskan menentukan harga sesuai dengan nilai yang diberikan oleh konsumen.

Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudaradapat menjadi tolak ukur akan permintaan kerupukikan tenggiri. Dalam fikiran konsumen, persepsi harga merupakan sebuah bahan pertimbangan yang penting dalam membeli sebuah produk. Harga produkKerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara memang terkesan murah dibandingkan dengan para pesaingnya, namun Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara bekerja dengan distributor dan agen-agen untuk memasarkan produknya yang berbeda sehingga produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD.Dua Bersaudara memiliki rasa yang lebih dibandingkan pesaingnya.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada UD. Dua Bersaudara Kutorejo Mojokerto, karena banyak masyarakat di daerah Mojokerto memilih membeli produk Kerupuk Ikan Tenggiri UD. Dua Bersaudara yang harganya terjangkau dan memiliki rasa yang tidak kalah dengan pesaing lainnya.

Namun, banyaknya pesaing yang berkembang di Mojokerto menyebabkan pelanggan UD. Dua Bersaudara mengalami penurunan, menunjukkan bahwa pihak UD. Dua Bersaudara perlu memperhatikan faktor persepsi harga, kesadaran merek, dan kualitas produk agar konsumen bersedia melakukan pembelian kembali dan bersedia membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, penulis tertarik ingin melakukan penelitian lebih lanjut dalam menulis skripsi dengan judul: **Pengaruh Persepsi Harga, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di UD. Dua Bersaudara Kutorejo Mojokerto.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya maka rumusan masalah di penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Harga, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Dua Bersaudara ?
2. Apakah Persepsi Harga, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk berpengaruh Signifikan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Dua Bersaudara ?
3. Dari Persepsi Harga, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Dua Bersaudara ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penetapan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya maka tujuan

1. Untuk mengetahui Persepsi Harga ,Kesadaran Merek dan Kualitas Produk berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Keputusan PembelianKonsumen di UD.Dua Bersaudara
2. Untuk mengetahui Persepsi Harga ,Kesadaran Merek dan Kualitas Produk berpengaruh Signifikan Secara Simultan Terhadap Keputusan PembelianKonsumen di UD.Dua Bersaudara
3. Untuk mengetahui Persepsi Harga ,Kesadaran Merek dan Kualitas Produkmanakah yang mempunyai pengaruh paling dominan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD.Dua Bersaudara

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat teoritis dan praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan variabel yang terkait di penelitian yaitu harga, kesadaran merek dan kualitas produk
- b. Memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.
- c. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan studi tentang manajemen pemasaran serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara menyusun laporan penelitian berupa skripsi dan meningkatkan kemampuan menulis karya ilmiah melalui metode ilmiah.

b. Bagi organisasi

Sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun program perencanaan pemasaran di UD.Dua Bersaudara menentukan metode yang tepat untuk mengembangkan produk kerupuk ikan.

E. Batasan Masalah

Agar lebih di mengerti arah dari penelitian ini maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini agar pembahasan tidak mengalami kesimpangsiuran dan upaya terhindar dari perubahan yang terlalu luas maka penulis membatasi sebagai berikut:

1. Daerah penelitian dilaksanakan di UD.Dua Bersaudara yang berada di daerah Kutorejo Mojokerto
2. Waktu penelitian selama 3 bulan yaitu sejak bulan Januari s/d bulan Maret 2021
3. Peneliti hanya membahas variabel persepsi harga, kesadaran merek, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen.